

a los cincuenta años de «*Inter Mirifica*»

Vatican II and the Media: Fifty Years after «Inter Mirifica»

RECIBIDO: 13 DE SEPTIEMBRE DE 2011 / ACEPTADO: 13 DE OCTUBRE DE 2011

Gregorio GUTIÁN

Facultad de Teología. Universidad de Navarra
Pamplona. España
gguitian@unav.es

Resumen: A la hora de analizar el mensaje del Concilio Vaticano II sobre los medios de comunicación social es tradicional centrarse en el decreto «*Inter Mirifica*». Aunque se trata del núcleo principal del mensaje, una perspectiva histórica atenta a las vicisitudes de la elaboración del decreto debe redescubrir la instrucción «*Communio et progressio*», mandada por el propio decreto, así como algunas indicaciones de «*Gaudium et Spes*». Además, en este trabajo se estudia el mensaje de «*Inter Mirifica*», se señalan las virtudes y limitaciones del decreto, los efectos producidos a cincuenta años vista, y se aborda la cuestión de la relación de la Iglesia con los medios de comunicación social.

Palabras clave: «*Inter Mirifica*», Medios de comunicación social, Vaticano II.

Abstract: An analysis of the message of Vatican Council II on the social media traditionally focuses on the Decree «*Inter Mirifica*». Even though «*Inter Mirifica*» is the core of the message, a historical perspective willing to pay attention to the circumstances of the elaboration of the decree, should rediscovers the instruction «*Communio et progressio*», mandated by the decree itself, as well as some indications of «*Gaudium et Spes*». Moreover, the message, virtues, limitations and effects of the decree after fifty years, along with the issue of the relationship between the Church and the media, are analysed here.

Keywords: «*Inter Mirifica*», Media and Catholic Church, Vatican II.

INTRODUCCIÓN

El Concilio Vaticano II ha pasado a la historia, entre otros motivos, por ser el primer Concilio Ecuménico de la Iglesia Católica que se ocupó explícitamente en sus documentos de los medios de comunicación social, de manera particular en «Inter Mirifica» (IM), el primer decreto del Concilio. Con el paso de los años, son muchos otros los motivos por los que el Concilio es recordado, y entre ellos, también porque fue el primero del que la televisión, la radio, etc., pudieron hacerse eco a escala mundial. De hecho, los modernos medios de comunicación influyeron en cierta medida, mayor o menor según los casos, en aspectos concretos de la marcha del Concilio, de su presentación ante la opinión pública mundial y también de su recepción posterior. Puede afirmarse que a día de hoy, para un gran número de personas, la idea que se tiene del Concilio es la que, esporádicamente, se viene transmitiendo en los medios de comunicación, con frecuencia con ocasión de asuntos más bien conflictivos.

Al acercarse el quincuagésimo aniversario del evento conciliar, tiene interés valorar su aportación al importante tema de los medios de comunicación social, precisamente en un contexto como el de los últimos años, en el que la Iglesia se ha hecho todavía más consciente del papel que juegan en la sociedad. Esta realidad tiene múltiples dimensiones. Por una parte, se puede considerar el mensaje de la Iglesia sobre los medios de comunicación, el dirigido a los profesionales de este ámbito, a los usuarios, etc. Y por otra, también podemos fijarnos en la presencia de la Iglesia en los medios de comunicación, tanto desde la perspectiva de cómo es tratada por esos medios, como de su posicionamiento en ellos y sus iniciativas de evangelización. En este sentido, sirve de muestra de la evolución el hecho de que el Santo Padre ya esté presente en las redes sociales. Recientemente, Benedicto XVI «colgaba» en la red su primer «tweet» y la Santa Sede integraba en un único portal («news.va») sus distintos servicios informativos.

Aquí nos vamos a fijar principalmente en los aspectos doctrinales de la aportación del Concilio, aunque necesariamente habremos de tener en cuenta otro tipo de consideraciones, también históricas. ¿Cuál fue el mensaje? ¿Cómo fue acogido? ¿Qué efectos ha tenido en los años posteriores? ¿Qué balance se puede hacer?

EL MENSAJE DEL CONCILIO

Después de la aprobación de IM, a finales de 1963, se encuentran breves alusiones a los medios de comunicación en los decretos «Ad gentes» (AG 19),

«Christus Dominus» (CD 13), «Apostolicam actuositatem» (AA 18), la declaración «Gravissimum educationis» (proemio y 4), y, más significativas, en la constitución pastoral «Gaudium et spes» (GS).

En esta última, el Concilio, ya a punto de acabar pues era diciembre de 1965, tomaba nota de que los nuevos medios de comunicación social permitían ya conocer y difundir los hechos y los modos de pensar y de sentir, con una rapidez y expansión máximas y «provocando con ello muchas repercusiones simultáneas» (cfr. GS 6). Ese mismo fenómeno suponía –como bien podemos comprobar hoy en una medida que seguramente escapó a la imaginación de los padres conciliares más audaces–, «la multiplicación de las relaciones mutuas entre los hombres» (GS 23). Al final, todo esto llevaba a la cuestión más importante: los medios de comunicación, junto con otros factores como los avances técnicos, etc., han preparado un cambio cultural a gran escala, una nueva cultura, más universal, fruto del mayor contacto de unos y otros pueblos. El Concilio la describía así: agudo juicio crítico; subrayado de la mutabilidad; cierta tendencia de hábitos y costumbres a uniformarse; cultura de masas fruto de la industrialización y urbanización con nuevos modos de sentir, actuar y descansar; creciente intercambio entre las diversas naciones y grupos sociales que, sin embargo y en aguda advertencia del Concilio, «tanto más promueve y expresa la unidad del género humano cuanto mejor sabe respetar las particularidades de las diversas culturas» (cfr. GS 54 y 61).

EL DECRETO «INTER MIRIFICA»

Cuando la Comisión antepreparatoria del Concilio pensó los temas que debían abordarse en el evento conciliar, se fijó en los medios de comunicación¹. En el seno de esa Comisión se pensaba que la Iglesia debía ocuparse de los modernos medios de comunicación, no de una manera colateral, como de paso, sino expresamente: debían afrontarse los retos pastorales y morales que plantean los medios, y también había que perfeccionar y consolidar los organismos que en la Iglesia prestaban atención a estas cuestiones (en la Santa Se-

¹ Todos los aspectos históricos del Decreto «Inter Mirifica» han sido estudiados exhaustivamente por Enrico Baragli, que participó en esos trabajos desde el principio y a quien sigo para los detalles históricos. Cfr.: BARAGLI, E., *L'Inter Mirifica. Introduzione, Storia, Discussione, Commento, Documentazione*, Roma: Studio Romano della Comunicazione Sociale, 1969, 91ss.; IDEM, «Historia del decreto», en ANDRÉS, R., *Instrumentos de comunicación social. Comentario al Decreto «Inter Mirifica» del Concilio Ecuménico Vaticano II*, Madrid: Fax, 1966, 1-25.

de, la Pontificia Comisión para la Cinematografía, la Radio y la Televisión). Al final, junto a las diez comisiones conciliares que se ocuparían de otros tantos temas de importancia, se creó un Secretariado para la Prensa y Espectáculo. Este Secretariado trabajó, desde finales de 1960 hasta mayo de 1962, en el esquema para una Constitución con el título *De instrumentis Diffusionis seu Communicationis Socialis*, que constaba de 114 números, y entró para ser discutida en el aula conciliar el 23 de noviembre de 1962. Por tanto, puede decirse que quienes delinearon el Concilio hicieron un planteamiento magnánimo.

La historia de lo que sucedió a partir de ese momento es importante para encuadrar el mensaje de IM, y se puede sintetizar así: a algunos padres les pareció que la formulación del texto no estaba a la altura de una Constitución; que en algunas partes el texto era un tanto difuso y repetitivo y que sería más conveniente abreviar el esquema sintetizando los puntos esenciales que en él se contenían, dejando para una declaración aparte la exposición de lo que el esquema explicaba más prolijamente o era más accesorio². Esta idea prosperó, de manera que, aun aprobando el esquema, se mandó reducir su contenido a lo esencial, derivando los aspectos más prácticos a una instrucción pastoral en la que se llamaba a colaborar a peritos de las distintas naciones³. Por eso ya desde el primer momento IM ha de ser valorado teniendo a la vista la Instrucción que mandó el Concilio y a la que se derivó parte del esquema inicial aprobado. Por otra parte, interesa señalar también que un número notable de padres insistieron en que se debía atender especialmente a la formación de los laicos, que eran quienes tenían una función especial en el mundo de los medios de comunicación⁴.

El siguiente paso fue la aparición en el aula conciliar, ya en el segundo período (septiembre-diciembre de 1963), de un esquema reducido a 24 números, distribuidos en un proemio, dos capítulos y la conclusión, que, con sentido común, la Comisión conciliar que se ocupaba del documento ya no quiso llamar «Constitución» sino «Decreto». Dejando para más adelante una serie de acontecimientos importantes para la valoración del documento, quedémonos con que el decreto «Inter Mirifica», con sus 24 números, fue aprobado finalmente el 4 de diciembre de 1963, junto con la Constitución sobre liturgia. Fueron así los dos primeros documentos del Concilio.

² Cfr. BARAGLI, E., «Historia del decreto», 12.

³ *Ibid.*, 15.

⁴ *Ibid.*, 13.

Una visión de conjunto del contenido del decreto y de las intervenciones de los padres conciliares deja ver que el Concilio tenía sobre todo un interés pastoral en los medios de comunicación. Los aspectos morales del uso de los medios, así como sus posibilidades de cara a la evangelización, son las ideas que destacan en el texto.

Los medios de comunicación son inventos maravillosos que el hombre, con la ayuda de Dios, ha extraído de la creación; pueden usarse para hacer mucho bien y fortalecer el reino de Dios, pero también pueden ocasionar graves daños a las almas.

La primera afirmación del primer capítulo es el derecho de la Iglesia a usar de los medios de comunicación (y también a poseerlos) para predicar el mensaje de la salvación a todos los hombres (IM 3). A continuación, se remarca el papel de los laicos, a quienes toca principalmente vivificar esos medios. Desde ahí, se afrontan los distintos aspectos morales implicados en los medios de comunicación: por un lado, por la importancia de la información para la vida social y la marcha de los pueblos, existe en la sociedad humana el derecho a la información sobre todo lo que afecte a los hombres individual o socialmente. Sin embargo, el Concilio recuerda que la información debe ser «siempre verdadera e íntegra, salvadas la justicia y la caridad» (IM 5); honesta y conveniente, de acuerdo con las leyes morales, y esto tanto en la búsqueda de la noticia como en su divulgación. En este sentido, también las manifestaciones artísticas deben respetar el orden moral objetivo (IM 6).

En el decreto hay un llamamiento a todos los miembros de la sociedad, por razón de la justicia y la caridad, a que «se esfuercen por formar y difundir una recta opinión pública» (IM 7). El Concilio se detiene a continuación en los deberes morales de los distintos agentes implicados: por un lado, a los usuarios de los medios de comunicación les pide hacer un recto uso de acuerdo con las normas morales y las enseñanzas magisteriales; moderación en el caso de los jóvenes y vigilancia diligente por parte de los padres (IM 9-10). Por otra parte, el Concilio se dirige a los profesionales de los medios (periodistas, escritores, actores, autores, productores, distribuidores, etc.). Los padres conciliares son conscientes de que la profesión de estos es especialmente importante, porque pueden conducir recta o erradamente al género humano. Por eso el decreto exhorta a los profesionales a tener en mente el bien común y a buscarlo en el ejercicio de su profesión, incluso constituyendo asociaciones profesionales que se doten a sí mismas de un código ético para sus actuaciones profesionales. Por último, también se hace un llamamiento a la autoridad

civil para que defienda y asegure la verdadera y justa libertad que la sociedad necesita, «sobre todo en lo relativo a la prensa» (IM 11). Además, el decreto pide que la autoridad promueva las iniciativas útiles para la juventud e impida mediante justas leyes que el mal uso de estos medios «desencadene graves peligros para las costumbres públicas y el progreso de la sociedad» (IM 12).

El segundo capítulo se centra en el uso que la Iglesia puede hacer de los modernos medios de comunicación para su misión evangelizadora. Hay tres puntos importantes:

En primer lugar, hay un llamamiento urgente a la promoción por parte de la autoridad eclesiástica o de fieles católicos de una prensa, cine y televisión adecuadas, e incluso a la creación de emisoras de radio católicas (IM 14); y a todos los fieles a sostener con su ayuda, también económica, esas iniciativas (IM 17).

En segundo lugar, la formación. Los padres conciliares se dieron cuenta de que para llevar a cabo el primer punto era precisa una gran obra de formación de «sacerdotes, religiosos y también laicos que cuenten con la debida competencia para dirigir estos medios hacia los fines del apostolado» (IM 15). Quiso por eso el Concilio que se multiplicasen las escuelas, facultades e institutos dedicados a la formación, de acuerdo con la doctrina social de la Iglesia, de laicos que trabajen en el mundo de la prensa, cine, radio, televisión, etc. Y como los medios llegan a todos los miembros de la sociedad, el decreto pide también que en el catecismo se exponga la enseñanza de la Iglesia sobre estas materias.

Por último, propuestas concretas. El resto del decreto propone una serie de iniciativas e instituciones para impulsar el apostolado de la Iglesia en el mundo de los medios de comunicación:

- 1) Una jornada anual en todo el mundo (la que hoy conocemos como Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales) para dar a conocer a los fieles la enseñanza de la Iglesia sobre estas materias;
- 2) una colecta también anual (la única auspiciada por el Concilio) para sostener las iniciativas de la Iglesia en este campo (IM 18);
- 3) la extensión de las competencias del Secretariado para la Prensa y los Espectáculos;
- 4) la creación de secretariados nacionales de prensa, cine, radio y televisión –donde trabajen también laicos expertos–, destinados a promover la formación de los fieles en el uso de los medios de comunicación así como las iniciativas de la Iglesia en este campo (IM 21);

- 5) y, por último pero no menos importante, el Concilio manda la publicación, «para que todos los principios y normas de este santo Sínodo sobre los medios de comunicación social se lleven a la práctica», de la ya mencionada instrucción pastoral, para la que se pide la «ayuda de peritos de diferentes naciones» (IM 23).

LA INSTRUCCIÓN «COMMUNIO ET PROGRESSIO»

Después de 1971, numerosos analistas del mensaje del Concilio se han detenido aquí, pero, precisamente porque se trata de valorar con perspectiva histórica el mensaje conciliar, no se puede dejar de lado lo que el mismo Concilio mandó trabajar para ser publicado más adelante, y hacia lo que derivó parte del material del primer esquema de IM: la instrucción pastoral. Apenas hay alguien que conozca hoy la existencia de la Instrucción Pastoral «*Communio et Progressio*», sobre los medios de comunicación social, preparada por mandato especial del Concilio Vaticano II, de 18 de mayo de 1971⁵. Esta instrucción (en adelante CP), relacionada como está con el drástico recorte de extensión del primer esquema es, sobre todo, el complemento doctrinal de IM, y debe ser mantenida en unidad con ella⁶. No en vano, ha sido considerada como «la Carta Magna de las comunicaciones sociales»⁷ y fue casi unánime el reconocimiento de su gran calidad por parte de la crítica⁸.

⁵ Cfr. PONTIFICIA COMISIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, *Instrucción Pastoral «Communio et Progressio», sobre los medios de comunicación social, preparada por mandato especial del Concilio Vaticano II*, 18 de mayo de 1971 (AAS LXIII [1971] 593-656).

⁶ Así lo valora Eilers, quien, dejando aparte la autoridad de Baragli, tiene en mi opinión una visión completa y equilibrada pasados más de cuarenta años del Concilio: «This instruction which was endorsed and approved by Pope Paul VI therefore must be considered as integral and interpretative part of the Council Decree» (EILERS, F. J., «Church and social Communications: 40 years of “Inter Mirifica” and beyond», *Verbum SVD* 46 (2005/3) 261-269. Cita a su vez a: BARAGLI, E., «L’Inter Mirifica vent’anni dopo», *Ecclesia Mater Roma XXI* (1983/1) 51-55; ROLFES, H., «Gibt es eine kirchenamtliche Lehre der Sozialen Kommunikation? Ein Rueckblick 40 Jahre nach “Inter Mirifica”», *Communicatio Socialis* 37 (2004) 219-244.

⁷ ROSA CHÁVEZ, G., «¿Tiene vigencia aún “Inter Mirifica”?», en CONSEJO EPISCOPAL LATINO-AMERICANO, *Teoría y praxis de la Iglesia latinoamericana en comunicaciones sociales*, Bogotá, 1988, 17-32; 25. El autor cita a su vez a IANUZZI, V., *Opinión pública e Iglesia en la «Communio et Progressio» y en la Iglesia latinoamericana*, Bogotá: Ediciones Paulinas, 1978.

⁸ Cfr. BARAGLI, E., *Comunicazione e pastorale*, Roma: Studio Romano della Comunicazione Sociale, 1974, 127. Citado en JARQUE, J. E., «Teología y comunicaciones sociales», en SECRETARIADO NACIONAL DE LA COMISIÓN EPISCOPAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, *La Iglesia ante los medios de comunicación social*, Madrid: Ediciones Paulinas, 1978, 189-225; 194.

La instrucción consta de 187 números en un proemio, tres partes con un total de seis capítulos y la conclusión. Se tituló «Communio et progressio» porque la Iglesia considera que los fines de la comunicación social son la comunión y el progreso de la convivencia humana.

La síntesis del núcleo doctrinal es la siguiente: la Iglesia ve los medios de comunicación social como una respuesta del hombre, imagen de Dios, al mandato divino de dominar la tierra. Los medios se ordenan, por designio de la providencia, «a revelar los interrogantes y esperanzas de la sociedad humana, a darles respuesta y a que los hombres se unan más estrechamente» (CP 7). El marco teológico más profundo en el que se sitúa la comunicación social y los mismos medios es descrito de forma sugerente: «Según la fe cristiana el acercamiento y la comunión entre los hombres es el fin primero de toda comunicación que tiene su origen y modelo supremo en el misterio de la eterna comunión divina del Padre, del Hijo y del Espíritu Santo que existen en una misma vida divina» (CP 8).

Desde ahí sitúa la comunicación social en una lectura de la historia de la salvación en clave de comunión. Los instrumentos de comunicación pueden ayudar mucho a la unidad entre los hombres, pero también pueden crear discordia y desunión, y esto por efecto del pecado. El hombre ha sido llamado a la comunión con Dios y entre sí, según el modelo trinitario, pero por su propia culpa, a causa del pecado, hace entrar el mal y la discordia en la historia. Dios no ha querido dejar las cosas así y se ha comunicado a Sí mismo hasta el punto de que el Verbo se hace carne en Jesucristo, comunicación de Dios para restaurar la comunión de los hombres con Dios y entre sí. «Desde entonces el fundamento último y el primer modelo de la comunicación entre los hombres lo encontramos en Dios que se ha hecho Hombre y Hermano y que después mandó a los discípulos que anunciaran la buena nueva a todos los hombres de toda edad y región (...). El mismo Cristo en su vida se presentó como el perfecto “Comunicador”. Por la “encarnación” se revistió de la semejanza de aquellos que después iban a recibir su mensaje, proclamado tanto con palabras como con su vida entera, con fuerza y constancia, desde dentro, es decir, desde en medio de su pueblo. Sin embargo, se acomodaba a su forma y modo de hablar y pensar ya que lo hacía desde su misma situación y condición» (CP 10-11).

La Instrucción va más allá: Cristo ha mostrado en la institución de la Eucaristía que la íntima naturaleza de la comunicación «es una entrega de sí mismo por amor (...). En la institución de la Sagrada Eucaristía, Cristo nos dejó

la forma de comunión más perfecta que puede darse en este mundo, a saber: la comunión entre Dios y el hombre y, mediante ella, la más perfecta y estrecha unión entre los hombres mismos. Por último, Cristo nos comunicó su Espíritu Vivificador que es el principio de todo acercamiento y unidad» (CP 11).

Esta es la perspectiva teológica en la que se sitúan los medios de comunicación. Para la Iglesia, los medios «se cuentan justamente entre las más eficaces posibilidades y riquezas que el hombre puede usar para confirmar esa caridad que a la vez expresa y engendra comunión» (CP 12), y por eso todos los hombres de buena voluntad son invitados a orientar los medios hacia este fin.

En este contexto, la instrucción aborda temáticas como la opinión pública fuera y dentro de la Iglesia; el derecho a obtener y comunicar la información; educación, cultura y ocio en los medios; el arte; la publicidad; la formación de los distintos agentes; las tareas de los católicos en la prensa, cine, radio, televisión y teatro; cuestiones prácticas de tipo institucional, etc.

La percepción mayoritaria es que, en lo que respecta a los medios de comunicación, el legado del Vaticano II que ha quedado para la historia es el decreto «Inter Mirifica». Sin embargo, esta percepción, que parece obvia puesto que se trata del documento dedicado expresamente a este tema, es, a la luz de la historia posterior, tan comprensible como parcial e injusta. Es comprensible porque al pensar en el Concilio Vaticano II o asomarse a una edición de sus documentos, lo que se ve es IM con todas sus virtudes y limitaciones. Pero así como no sería justo ni prudente juzgar un suceso por su titular, sin detenerse a leer el cuerpo de la noticia e incluso investigar sobre lo que allí se dice, tampoco lo sería hacer una valoración global de lo que aportó el Vaticano II a la cuestión de los medios de comunicación, sin considerar qué sucedió con lo que auspiciaba el propio decreto en su texto.

Debería decirse más bien que, dada la historia del decreto, el legado del Vaticano II en lo que toca a los medios de comunicación es el decreto «Inter Mirifica» y la instrucción pastoral «Communio et progressio», mandada expresamente por el Concilio y firmada por Pablo VI.

VALORACIÓN CRÍTICA

En primer lugar nos ocupamos del mensaje conciliar. Por lo que se refiere a IM, fue, como se ha dicho, el primer fruto del Concilio y quizá el más criticado. Influyó decisivamente en ello la historia interna del decreto a partir del momento en que el nuevo esquema reducido a 24 números entró en el aula

conciliar. Primero se aprobó muy holgadamente cada capítulo por separado, pero a continuación se decidió hacer una votación conjunta del documento más adelante (el 25 de noviembre)⁹. Entre medias, llegó a manos de los padres un comentario al nuevo texto del decreto profundamente crítico, firmado por tres periodistas norteamericanos (uno de ellos Michael Novak), y avalado como digno de ser tenido en consideración por cuatro peritos conciliares (entre ellos, Jean Daniélou, Bernard Häring y Jorge Mejía)¹⁰.

Según explica Baragli, dos días más tarde llegó a la Comisión competente sobre el decreto una nota firmada por 97 padres conciliares (cardenales y obispos), pidiendo una revisión total del esquema o, si no, su retirada¹¹. Entre otros puntos, la nota decía que era un error comenzar por los derechos de la Iglesia, aunque fueran ciertos, sin ocuparse antes de los fundamentos de la comunicación; que no se reconocía el lugar que compete a los laicos en este terreno y que aparecían «ligados a la tutela clerical también en aquellos sectores donde son muy competentes». Como no se produjo la retirada del texto, que ya había sido aprobado en todas sus partes, las voces críticas no se detuvieron. Y así, cuando los padres conciliares caminaban hacia el aula el día de la votación final, recibieron de manos de varios individuos (los historiadores discrepan sobre quiénes eran) una nota urgente de 25 firmantes (arzobispos, obispos y el superior de una orden religiosa), pidiendo el «non placet» en la votación. En la nota se reproducía casi literalmente la parte final del texto de los 97: el documento no estaba a la altura del Concilio y desilusionaba las esperanzas de los fieles y de los especialistas en la materia¹². A pesar del revuelo que esto ocasionó, el esquema de IM fue aprobado, eso sí, pasando a la histo-

⁹ Esta decisión, según recoge la historia de Alberigo, procede de las dudas suscitadas a raíz de la lectura del nuevo esquema en la víspera de la votación. Algún padre se alarmó ante la debilidad del nuevo texto, su falta de perspectiva teológica, de reflexión filosófica y de base sociológica. A última hora no se quiso retrasar la votación para acometer una revisión más profunda del esquema, pero se optó por una votación posterior del decreto en su conjunto. Cfr. FAMERÉE, J., «Obispos, diócesis, y los medios de comunicación (5-25 noviembre 1963)», en ALBERIGO, G. (dir.), *Historia del Concilio Vaticano II*, vol. III, Salamanca-Leuven: Sígueme-Peeters, 2006, 118-172; 164-165.

¹⁰ Concretamente, junto a otros cinco puntos, decía: «este decreto corre el peligro de que se le recuerde, andando el tiempo, como un ejemplo clásico de la incapacidad del Concilio Vaticano II para cumplir con su objetivo, que es el de enfrentarse con los problemas del mundo moderno» (BARAGLI, E., *Historia del decreto*, 19).

¹¹ Para los detalles de todos los hechos a que se hace referencia, cfr. BARAGLI, E., *L'Inter Mirifica*, 141-154; 617-621; tav. XXIII-IV.

¹² Famerée afirma que fue el argentino Jorge Mejía quien promovió la nota urgente de los 25 (cfr. FAMERÉE, J., «Obispos, diócesis», 167).

ria como el documento del Concilio con mayor número de votos en contra (503 de un total de 2.112). Como se dijo antes, el 4 de diciembre tuvo lugar la aprobación definitiva del decreto, esta vez con un número de votos en contra notablemente menor: 164 de 2.124.

En este contexto, no es sorprendente que el documento fuera muy criticado y que, como recoge Rosa Chávez, muchos lo consideraran como «la “cenicienta” del Concilio»¹³. En un primer momento se dijo que el texto era demasiado genérico, sin apenas contenido teológico y centrado demasiado en los derechos de la Iglesia; que se notaba la falta de participación de laicos expertos en el decreto y que, en cambio, los padres conciliares no estaban bien preparados; que obedecía, en fin, a una mentalidad preconiliar y que en conjunto era mediocre. También se ha dicho que el debate del documento fue demasiado breve porque los padres estaban cansados¹⁴ y que hubo prisa en aprobar el documento para no concluir el segundo período del Concilio sin apenas documentos que mostrar al mundo¹⁵. Diversos autores se han lamentado de que no se hubiera discutido después de abordar «Lumen Gentium» y GS, pues habría podido incorporar una visión más adecuada de la relación entre la Iglesia y el mundo.

CONTENIDO TEOLÓGICO

En primer lugar, ha de tenerse en cuenta que el acervo doctrinal y las aportaciones de los teólogos sobre los modernos medios de comunicación antes del Concilio eran muy reducidos¹⁶. En cuanto al magisterio¹⁷, Pío XI se había ocupado del cine en la encíclica «Vigilanti cura», de 1936¹⁸. En ella, además de poner en guardia frente a los peligros y daños que podía ocasionar,

¹³ ROSA CHÁVEZ, G., «¿Tiene vigencia aún “Inter Mirifica”?», 22. Para un análisis completo de las reacciones durante los cinco primeros años, cfr., BARAGLI, E., *L'Inter Mirifica*, 171ss.

¹⁴ Dice Famerée que el debate «había servido de “pausa” y de “descanso” en el trabajo conciliar» (FAMERÉE, J., «Obispos, diócesis», 161).

¹⁵ Cfr. WOODROW, A., «The Church and the media: beyond “Inter mirifica”», en IVEREIGH, A. (ed.), *Unfinished Journey. The Church 40 Years after Vatican II*, London-New York: Continuum, 2003, 208-224; 211.

¹⁶ Cfr. BARAGLI, E., *L'Inter Mirifica*, 184, nota 28. Aun así, no se debe despreciar el contenido de IM pues a una mirada del todo ajena no se le pasó por alto la carga del documento: al otro lado del telón de acero se prohibió terminantemente la publicación de IM por considerarlo peligroso (cfr. *ibid.*, 172).

¹⁷ Puede verse un resumen del material disponible en *ibid.*, 59-71.

¹⁸ Cfr. Pío XI, Enc. *Vigilanti cura*, AAS 28 (1936) 249-269.

el Papa se interesaba por la aportación que podían hacer los católicos en la producción, distribución y consumo. Más tarde, Pío XII sintetizó las ocasionales enseñanzas anteriores dispersas en cartas y otros documentos, en la encíclica «*Miranda prorsus*», de 1957, sobre el cine, la radio y la televisión¹⁹. Y respecto a la prensa, fue el mismo Pío XII quien, en numerosos discursos, abordó asuntos como la opinión pública fuera y dentro de la Iglesia; la relación que debe guardar la información con la verdad, la caridad y el bien común; los derechos y deberes individuales en el campo de los instrumentos de comunicación, o las tareas que corresponden al Estado y a la Iglesia en este mismo terreno²⁰. Como puede verse, estos son los temas e ideas que aparecen en IM.

Respecto a lo que hasta entonces se había dicho, IM aportaba una nueva terminología más precisa (instrumentos de comunicación social), la afirmación del derecho a la información por parte de la sociedad, y la llamada universal a la formación de la opinión pública. Ciertamente, no había grandes novedades.

Dulles ha hecho notar que el modelo eclesiológico de IM parece responder a un planteamiento que él denomina jerárquico o institucional, a saber, la Iglesia que se presenta como maestra autorizada: «los medios de comunicación social se describen como instrumentos a disposición de los seres humanos, que han de usarse para alcanzar el fin último de toda la creación, que es la glorificación de Dios y la salvación de las almas. La Iglesia tiene la tarea de instruir a la humanidad sobre el recto uso de los medios y de utilizarlos para conducir a los pueblos a la salvación mediante la fe en Cristo (IM 3) (...). La aproximación institucional a las comunicaciones de estos tres documentos [IM, GE y «*Optatam totius*»] puede considerarse fundamentalmente buena hasta donde alcanza, pero apenas es adecuada para la situación global de las comunicaciones en la Iglesia de hoy»²¹.

Sin embargo, «*Communio et progressio*», que –insistimos– forma unidad con IM, aporta claramente los elementos de profundidad teológica que pueden echarse en falta al disponer del enfoque, no ya de «*Lumen Gentium*»

¹⁹ Cfr. Pío XII, Enc. *Miranda prorsus*, AAS 49 (1957) 765-806.

²⁰ Cfr. IRIBARREN, J., *El derecho a la verdad. Doctrina de la Iglesia sobre la prensa, radio y televisión (1831-1968)*, Madrid: BAC, 1968.

²¹ DULLES, A., «Il Vaticano II e le comunicazioni», en LATOURELLE, R. (a cura di), *Vaticano II. Bilancio e prospettive*, II, Asisi: Citadella Editrice, 1987, 1507-1523; 1516-1517. La traducción es nuestra.

y «Gaudium et Spes», documentos cuyas aportaciones siempre echan de menos en IM los críticos, sino sobre todo de la Constitución «Dei Verbum», que es un marco teológico muy interesante para abordar el fenómeno de la comunicación humana²². El ideal es que la comunicación se convierta en cauce para la comunión, teniendo a la vista el modelo divino en el que comunicación y comunión van de la mano. Los medios, en este sentido, forman parte del plan de Dios para lograr la comunión entre los hombres, facilitan el diálogo de la Iglesia con el mundo y también el diálogo dentro de la Iglesia. Si se estudia el contexto teológico de los documentos magisteriales posteriores –en especial, del último gran texto que es «El rápido desarrollo» de Juan Pablo II²³–, se notará la influencia de CP²⁴.

A la vuelta de los años cabe preguntarse por los desarrollos de la teología en el ámbito de los medios de comunicación. La propia CP pedía un esfuerzo en esta línea, pues ella sólo aporta elementos para su desarrollo (CP 108). En 1974, Baragli se mostraba así de pesimista: «las propuestas avanzadas por diversos autores para colmar el “vacío teológico” del decreto, o se quedan en vaguedades, o no cuadran, por exceso o por defecto (...), o bien no superan la opinión teológica, por lo que el magisterio ordinario de la Iglesia difícilmente puede proponerlas»²⁵. Y en 1983, añadía al elenco bibliográfico de trabajos media docena más, casi todos artículos de revistas o en obras colectivas²⁶. Con el tiempo, ha habido intentos de dar una respuesta más extensa a la petición de CP y contamos ya con algún trabajo más sólido en el que CP continúa siendo la fuente de inspiración más importante²⁷.

²² Cfr. TANNER, N., *The Church and the World. Gaudium et Spes, Inter Mirifica*, New York-Mahwah, NJ: Paulist Press, 2005, 115.

²³ Cfr. JUAN PABLO II, Carta Apostólica *El rápido desarrollo*, 24-I-2005 (AAS 97 [2005] 265-274).

²⁴ No está presente, en cambio, en el *Catecismo de la Iglesia Católica*, de 1992. Los números dedicados a los medios de comunicación social se encuadran en la exposición sobre el octavo mandamiento y, por tanto, sobre el valor de la verdad (CEC 2488-2499). IM es la fuente exclusiva de estos números. En concreto, se citan los nn. 5, 8, 11 y 12 a los que nos hemos referido más arriba, sobre la relación de la información con la verdad y la caridad; el servicio al bien común; el derecho y deber de todos de contribuir a formar la opinión pública; los deberes de la autoridad civil, y sin referencia magisterial alguna, el deber de la autoridad de no manipular la opinión pública mediante informaciones falsas o sesgadas, y el de los profesionales de respetar la fidelidad a los hechos sin caer en la difamación.

²⁵ BARAGLI, E., *Comunicazione e pastorale*, 137. La traducción es nuestra.

²⁶ IDEM, «Verso una teologia dei mass media. Dall'Inter Mirifica all'Communio et Progressio», *La rivista del clero italiano*, 64 (1983) 445-453; 448-449 y 452.

²⁷ Cfr. MARTÍNEZ, F., *Teología de la comunicación*, Madrid: BAC, 1994, 385 pp., que actualiza la bibliografía aportada por Baragli.

LA PREPARACIÓN TÉCNICA Y EL PAPEL DE LOS LAICOS

Otro punto a valorar es la cuestión de la preparación técnica. El Concilio, al decidir abordar un tema como el de los medios de comunicación, encontraba de lleno en un terreno –el propio de la moral social– que requería de la colaboración de expertos en la materia, y que por fuerza habían de ser en muchos casos fieles laicos de buena doctrina que trabajasen en el mundo de los medios de comunicación social. En materia como esta, sí fue un condicionamiento que el reglamento general del Concilio no permitiera a los laicos formar parte de las comisiones; pero sí permitía que fueran consultados sobre los temas que se tratasen. Baragli ha demostrado que se pidió el parecer de laicos peritos en este terreno²⁸.

Ante todo hay que decir que la misma ciencia de la moderna comunicación se encontraba en un estadio más bien inicial, por ejemplo en lo que se refiere a la teoría de la comunicación. Es seguro que a los padres conciliares les faltaba preparación específica sobre los modernos medios de comunicación social, habida cuenta también de la rápida evolución que habían experimentado²⁹. Pero, en cambio, sí que la tenían en el campo moral. Por eso es natural que el decreto adoptara un enfoque pastoral, que incidiera sobre todo en cuestiones relativas al uso de los medios y a la formación, y que no se adentrara con profundidad en cuestiones más específicas. En comparación con otros documentos, el escaso número y la cualidad de las intervenciones de los padres durante las sesiones dan cuenta de esta realidad. Y por eso tiene sentido que en un momento concreto, queriendo mantener la decisión de ocuparse de los medios, se optara sin embargo por ir a los puntos que consideraban esenciales, y dejar para un documento específico una exposición más detallada y profunda de las cuestiones. No es banal, por este motivo, que IM 23 añadiera «con la ayuda de peritos de diferentes naciones». Como ha dicho Eilers, «hay que admitir que la decisión de los padres conciliares de reducir el documento a lo esencial, pidiendo al mismo tiempo una instrucción pastoral más extensa, fue una sabia medida»³⁰. Por su parte, Baragli, que conocía el proceso de la drástica reducción del primer esquema, aventura que en parte debió influir la idea de que «era mejor sacrificar más para tener mayores probabilidades de pasar en el Aula, que sacrificar menos con el peligro de vérselo devolver, tal vez de-

²⁸ Cfr. IDEM, *L'Inter Mirifica*, 194 y 101.

²⁹ *Ibid.*, 195-196.

³⁰ EILERS, F. J., «Church and social Communications», 2.

finitivamente; y en parte porque se trataba de un sacrificio relativo, puesto que las partes que se excluían se encontrarían en la *Instrucción pastoral posconciliar*»³¹.

Respecto al papel de los laicos, ya se ha notado la insistencia de los padres en la necesidad de subrayar su función en los medios y la importancia de su formación. El claro inciso de IM 3 citado más arriba y otras referencias en el texto –por ejemplo la de la creación de centros educativos para la formación de laicos en este terreno– responden a estas peticiones. Pero también es cierto que en el texto conciliar hay fórmulas que transmiten una idea de posición subalterna: cuando se dice «han de formarse oportunamente sacerdotes, religiosos y *también laicos*» (IM 14)³²; o cuando se auspicia la promoción de iniciativas de prensa o de radio dependientes directamente «ya de la misma autoridad eclesiástica, ya de los católicos» (*ibid.*), pues la opción que aparece en primer lugar es la de la jerarquía. Al leer hoy IM, la impresión de conjunto es que el documento no termina de expresar bien la importancia del papel de los fieles laicos en los medios de comunicación social.

LA IGLESIA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El Concilio constató la profunda transformación experimentada por los medios de comunicación gracias a los avances técnicos. La Iglesia se dio cuenta de que era preciso vivificar esas realidades humanas y servirse de ellas para proclamar el mensaje evangélico. El Concilio supuso en este sentido un primer impulso importante para que la voz de la Iglesia se hiciera presente en ese nuevo contexto. Así, IM dio lugar a una explosión de medios «católicos», de manera muy llamativa en Latinoamérica, donde en los años posteriores al Concilio podían contarse más de 350 emisoras de radio y numerosas iniciativas de prensa y cine³³.

Todo esto, como decimos, fue un primer paso importante, y es mérito directo de IM. Ahora bien, a cincuenta años vista y dadas las estrechas y complejas relaciones entre medios como la prensa, radio o televisión y la política, la fórmula de medios directamente dependientes de la autoridad eclesiástica no siempre es

³¹ BARAGLI, E., «Historia del decreto», 16.

³² La cursiva es nuestra.

³³ Cfr. BERMÚDEZ, A., «La “Inter Mirifica” y el desafío de los medios masivos en América Latina», en CONSEJO EPISCOPAL LATINOAMERICANO, *Teoría y praxis*, 199-211; TANNER, N., *The Church*, 114.

fácil de explicar a la sociedad en relación con el papel de la Iglesia en política: en más de una ocasión, las posiciones políticas de los contenidos de esos medios han puesto en dificultades a las autoridades eclesiásticas que los gobernaban.

Por otra parte, dada la proporción que suponen los medios católicos en el conjunto de los medios de comunicación, puede decirse que el reto es encontrar el modo de llevar el espíritu cristiano a los otros medios, y atender a quienes ya ejercen su profesión en los medios, para lo cual este aspecto concreto de IM no ha resultado de gran utilidad³⁴. Sí que lo fueron, en cambio, los últimos números del decreto.

En efecto, se debe a IM que la Iglesia se haya tomado en serio la tarea de profundizar doctrinalmente en la realidad de la comunicación social, y que en cada lugar se haya producido un despertar, o incluso el nacimiento, de la conciencia de la importancia de los medios de comunicación. Los últimos números de IM han sido cruciales para comenzar a trabajar en esta línea: la Pontificia Comisión para la Cinematografía, la Radio y la Televisión, pasó a ser, en 1964, la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales, y después, en 1989, el actual Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. Por su parte, las conferencias episcopales de los diferentes países crearon las comisiones a las que se refiere el número 21, reavivando así el trabajo local en este área³⁵. Estas estructuras, unidas a la institución de la jornada mundial mencionada, han espoleado la reflexión doctrinal sobre estos temas, dando lugar a una serie de publicaciones muy sugerentes, especialmente a partir de finales de los noventa: por ejemplo, las instrucciones pastorales CP y «*Aetatis novae*»; los documentos «*Ética en la publicidad*», «*Ética en las comunicaciones sociales*», «*Ética en Internet*» y «*La Iglesia en Internet*», o la última carta apostólica de Juan Pablo II, «*El rápido desarrollo*»³⁶. La redacción de estos documentos ha sido ocasión de un diálogo fluido con profesionales de la comunicación, de manera que los documentos son más próximos a su mentalidad.

³⁴ Cfr. TANNER, N., *The Church*, 116-117.

³⁵ Cfr. RUSZKOWSKI, A., «Decreto sulle comunicazioni: successo o insuccesso?», en LATOURELLE, R. (a cura di), *Vaticano II*, 1524-1549; 1531-1539.

³⁶ PONTIFICIA COMISIÓN PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, Instrucción pastoral *Aetatis novae*, 22 de febrero de 1992, Madrid: Paulinas, D.L., 1992; PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *Ética en la publicidad*, Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 1997; IDEM, *Ética en las comunicaciones sociales*, Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2000; IDEM, *Ética en Internet*, Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2002; IDEM, *La Iglesia en Internet*, Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2002; JUAN PABLO II, Carta apostólica *El rápido desarrollo* (24 de enero de 2005).

Por su parte, la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, que se celebra el domingo siguiente a la solemnidad de la Ascensión, pasa quizá desapercibida; pero sobre todo ha sido la ocasión para la serie de (hasta el momento) 45 mensajes de Pablo VI, Juan Pablo II y Benedicto XVI para esa jornada: todo un material doctrinal por descubrir, cuyo enfoque tiene más en cuenta el conjunto de los medios, no sólo los católicos³⁷. IM fue la semilla de este árbol todavía joven.

El decreto pedía, además, la creación de centros educativos para la formación de los profesionales de la comunicación, especialmente de los laicos. Ya hubo iniciativas de inspiración cristiana para la formación de profesionales de la comunicación que se adelantaron al deseo del Concilio³⁸; pero después de IM quedó ratificada su oportunidad. Aunque aquí no se puede hablar de florecimiento de iniciativas, como en el caso de la creación de emisoras radiofónicas, etc.³⁹, esta idea tiene la capacidad de incidir más en los medios no profesionales a través de los profesionales salidos de sus aulas. CP insistió en esta necesidad (cfr. CP 113) y también en la oportunidad de introducir la formación en esta materia en la formación de los candidatos al sacerdocio (cfr. CP 111), pero el eco no fue muy grande. Ruskowski se lamentaba así en 1987: «por desgracia hay que constatar que en la práctica se han seguido poquísimas estas exhortaciones y que la formación tan deseada y necesaria apenas está comenzando de manera modesta y a tientas, con la impresión de que no hay un empeño convencido por parte de los superiores responsables. (...) Se podrían hacer muchos comentarios sobre el alcance de esta recomendación y sobre la poca solicitud con que es seguida, característica, por desgracia, de la mayor parte de las universidades católicas del mundo»⁴⁰.

³⁷ Los mensajes pueden encontrarse en la página web del Vaticano. Cfr. también, PÉREZ-LATRE, F. J., *Los nuevos areópagos: 25 textos de Juan Pablo II en las Jornadas Mundiales de las Comunicaciones Sociales (1979-2003)*, Pamplona: Eunsa, 2003.

³⁸ En España, la Universidad de Navarra creó en 1958 el Instituto de Periodismo y dos años más tarde adquirió rango universitario la Escuela de Periodismo de la Iglesia, fundada por Ángel Herrera Oria.

³⁹ Sin ser exhaustivo, en 1977 la Compañía de Jesús creó en Londres el Center for the Study of Communication and Culture y, más adelante, la revista «Communication and Research Trends». También la Universidad romana «Pro Deo» (después LUISS: Libera Università Internazionale degli Studi Sociali «Guido Carli») incluyó programas sobre estas materias. Por su parte los dominicos, salesianos, claretianos y paulinos establecieron centros a este efecto. Apareció igualmente la revista alemana «Communicatio Socialis», etc.

⁴⁰ RUSKOWSKI, A., «Decreto sulle comunicazioni», 1544 y 1546. La traducción es nuestra.

SITUARSE EN LA CULTURA DE LOS MEDIOS

El texto de IM no terminaba de situarse en el nuevo contexto cultural al que los medios de comunicación de masas, entre otros, habían contribuido a crear⁴¹. Como vimos, GS sí es más consciente de las características de la nueva situación. Se ve en la descripción (recogida más arriba) que hace GS de los rasgos del cambio cultural y de la influencia de los medios en tal cambio; y se ve también en la importante declaración sobre la autonomía de las realidades terrenas (GS 36), que, aplicada al mundo de la comunicación, significa reconocer que tiene sus reglas específicas que deben descubrirse y respetar, aunque no dejen de estar sujetas al orden moral querido por Dios.

Lo que estaba claro es que si los medios de comunicación habían sido también artífices de un cambio cultural, eso era señal de que ellos mismos se movían, en mayor o menor medida, en las coordenadas de esa nueva cultura. Lo demuestran algunas características del planteamiento de los medios modernos: interés por la novedad, agudo sentido crítico, adaptación rápida a los cambios, etc. En este sentido, una cosa es lo que el Concilio quería decir sobre los medios de comunicación social y otra distinta que la Iglesia acomodara su relación con los medios a las características de la nueva cultura que el mismo Concilio había descrito en esos términos. Es este último aspecto el que fue y ha sido más difícil para la Iglesia⁴²; un punto en el que los propios medios de comunicación social se han mostrado más severos y en el que a lo largo de las décadas posteriores se ha visto que quedaban tareas pendientes⁴³. Algunos comentaristas de IM han puesto el acento crítico en que, al ocuparse de la comunicación, la propia Iglesia no se daba cuenta de las exigencias de los medios modernos⁴⁴.

⁴¹ Dice Eilers que el Obispo auxiliar de Cracovia, Karol Wojtyła, había observado por escrito en las discusiones sobre el esquema de IM, que «the cultural dimension of modern communication was not sufficiently considered» (EILERS, F. J., «From “Gaudium et Spes” to a “new culture”: towards new ways of communicating», *Verbum SVD* 48 [2007/2] 123-134; 129). En realidad, en su intervención escrita, el futuro Juan Pablo II no hizo referencia a ese punto. Tiene razón Baragli cuando dice que el Obispo apuntó algunas precisiones sobre el orden moral en relación con la perfección de la persona y los valores propios del arte (cfr. BARAGLI, E., «L'inter Mirifica», 504; ARCHIVI CONCILII OECUMENICI VATICANI II [a cura di], *Acta synodalia sacrosancti Concilii Oecumenici Vaticani II, vol. I, pars III, Congregationes XIX-XXX*, Città del Vaticano: Typis Polyglottis Vaticanis, 1971, 609).

⁴² Cfr. WHITE, R., «I mass media nel cattolicesimo contemporaneo», en LATOURELLE, R., *Vaticano II*, 1550-1577; 1563ss.

⁴³ Cfr. GONZÁLEZ GAITANO, N., *Public Opinion and the Catholic Church*, Rome: EDUSC, 2010, 10ss.

⁴⁴ Sirve de ejemplo Woodrow, que se muestra muy crítico con el decreto, aunque en realidad lo es con todo el Vaticano II: «the failure of the Council as a whole to follow through its daring pro-

Se trata de una cuestión compleja porque la magnitud de la Iglesia y la diversidad que hay en su seno no permiten una respuesta unitaria y rápida. Por un lado, se debe reconocer que el largo pontificado de Juan Pablo II ha supuesto un punto de inflexión. Personalmente, el santo pontífice consideró los modernos medios de comunicación como los nuevos areópagos, y supo adaptar excelentemente su misión a los medios sin modificar ni un ápice el contenido del mensaje evangélico. Todos han reconocido su dominio del lenguaje de los medios. Pero, en cambio, en el plano de las iglesias locales, el trabajo ha sido más lento y complejo. Y, por otra parte, la estrategia de comunicación de la Iglesia universal se ha movido también más lentamente, comenzando desde Roma y extendiéndose a las iglesias locales. En este terreno, los acontecimientos dramáticos de los últimos años en el seno de la Iglesia han puesto de manifiesto la urgente necesidad (ya percibida y puesta en práctica en algunos lugares) de dar un impulso de profesionalización de la comunicación de acuerdo con sus reglas propias: rapidez, transparencia, sencillez, etc. A este propósito ha contribuido la creación relativamente reciente de centros universitarios dedicados a la comunicación institucional de la Iglesia⁴⁵.

* * *

A la vista de todo, considero que para el resultado final de IM no fue decisiva la prisa por tener listo un documento, pues el concilio ya contaba con el respaldo de la constitución sobre la liturgia, sino una cierta falta de preparación por parte de los padres para poder hacerse cargo de todas las cuestiones implicadas en los modernos medios de comunicación. Si el debate fue breve y de poco calado, fue más bien por este motivo, y no tanto por la prisa. Cuando

gramme of reform» (p. 214). Según él, la Iglesia choca con los medios porque ellos se mueven en un contexto de total autonomía y libertad de comunicación, de libertad de pensamiento para formar las propias creencias de acuerdo con un debate democrático, etc., cosa que falta totalmente en la Iglesia (cfr. WOODROW, A., «The Church and the media», 208-224; 214-217). Estas afirmaciones y las propuestas que hace son comprensibles desde el punto de vista periodístico, y es bueno tenerlas en cuenta para extraer elementos útiles de cara a la comunicación por parte de la Iglesia; pero también es importante advertir que son afirmaciones basadas en un desconocimiento notable de la naturaleza de la Iglesia: la Iglesia no es un partido político, ni un país, ni una empresa, ni un medio moderno de comunicación, ni transmite una enseñanza formada por consenso democrático.

⁴⁵ Por ejemplo, en 1996 La Pontificia Università della Santa Croce creó la Facultad de comunicación social institucional, dedicada a esta tarea, y hay centros semejantes en otras universidades.

se dio el primer paso de aprobación del esquema ya se advirtió la necesidad de un documento más específico en el que pudieran intervenir expertos mejor preparados que complementarían las preocupaciones pastorales de los padres conciliares.

Reflexionando sobre lo que ha supuesto IM, hubiera sido un craso error retirar el documento. El primer y mayor mérito de IM fue lograr salir adelante. Hay varios aspectos del texto de IM que se podrían haber mejorado, pero en todo caso sirvió para que la Iglesia comprendiera que se encontraba ante un fenómeno de repercusiones mucho mayores de las que ya vislumbraba entonces. IM significó sobre todo que la Iglesia debía pensar más a fondo sobre los medios de comunicación; debía preguntarse sobre los cambios culturales a los que los medios habían dado lugar y sobre las medidas que la Iglesia debía tomar para adecuarse a esos nuevos tiempos; debía, sobre todo, repensar la preparación que se necesita para dar una respuesta doctrinal y pastoral ante el nuevo fenómeno. Así, la instrucción CP pudo recoger las luces teológicas proporcionadas por documentos como DV, GS o LG, así como otras aportaciones de peritos en la materia⁴⁶.

Si no hubiera existido IM, es seguro que el diálogo de la Iglesia con el mundo habría sido traumático, porque los medios, para bien o para mal, expresan el mundo en el que la Iglesia vive y realiza la misión que le ha sido encomendada por Jesucristo. La Iglesia universal y local al mismo tiempo habría comenzado a tomarse verdaderamente en serio los medios de comunicación más tarde y seguramente en un contexto más dramático.

Quizá el mundo de los medios de comunicación, y también el eclesial, esperaban que el documento fuera una antorcha que iluminara en la oscuridad, y se encontraron, en cambio, con la desilusionante luz de una cerilla. Pero bastaba tan sólo una cerilla para prender la mecha que debía producir una explosión de luz de más alcance y duración. Eso fue IM y por eso hasta los más críticos han considerado que el documento conciliar sobre los medios de comunicación social ha marcado en todo caso un hito, un punto de partida.

⁴⁶ Cfr. BARAGLI, E., *Comunicazione, comunione e Chiesa*, Roma: Studio Romano della Comunicazione Sociale, 1973.

Bibliografía

- ARCHIVI CONCILII OECUMENICI VATICANI II (a cura di), *Acta synodalia sacrosancti Concilii Oecumenici Vaticani II, vol. I, pars III, Congregationes XIX-XXX*, Città del Vaticano: Typis Polyglottis Vaticanis, 1971.
- BARAGLI, E., «Historia del decreto», en ANDRÉS, R., *Instrumentos de comunicación social. Comentario al Decreto «Inter Mirifica» del Concilio Ecu­mé­ni­co Vaticano II*, Madrid: Fax, 1966, 1-25.
- BARAGLI, E., *L'Inter Mirifica. Introduzione, Storia, Discussione, Commento, Documentazione*, Roma: Studio Romano della Comunicazione Sociale, 1969.
- BARAGLI, E., *Comunicazione, comunione e Chiesa*, Roma: Studio Romano della Comunicazione Sociale, 1973.
- BARAGLI, E., *Comunicazione e pastorale*, Roma: Studio Romano della Comunicazione Sociale, 1974.
- BARAGLI, E., «Verso una teología dei mass media. Dall'Inter Mirifica all'Communio et Progressio», *La rivista del clero italiano*, 64 (1983) 445-453.
- BARAGLI, E., «L'Inter Mirifica vent'anni dopo», *Ecclesia Mater Roma XXI* (1983/1) 51-55.
- BERMÚDEZ, A., «La “Inter Mirifica” y el desafío de los medios masivos en América Latina», en CONSEJO EPISCOPAL LATINOAMERICANO, *Teoría y praxis*, 199-211.
- DULLES, A., «Il Vaticano II e le comunicazioni», en LATOURELLE, R. (a cura di), *Vaticano II. Bilancio e prospettive*, II, Asisi: Citadella Editrice, 1987, 1507-1523.
- EILERS, F. J., «Church and social Communications: 40 years of “Inter Mirifica” and beyond», *Verbum SVD* 46 (2005/3) 261-269.
- EILERS, F. J., «From “Gaudium et Spes” to a “new culture”: towards new ways of communicating», *Verbum SVD* 48 (2007/2) 123-134.
- FAMERÉE, J., «Obispos, diócesis, y los medios de comunicación (5-25 noviembre 1963)», en ALBERIGO, G. (dir.), *Historia del Concilio Vaticano II*, vol. III, Salamanca-Leuven: Sígueme-Peeters, 2006, 118-172.
- GONZÁLEZ GAITANO, N., *Public Opinion and the Catholic Church*, Rome: EDUSC, 2010.
- IANUZZI, V., *Opinión pública e Iglesia en la «Communio et Progressio» y en la Iglesia latinoamericana*, Bogotá: Ediciones Paulinas, 1978.

- IRIBARREN, J., *El derecho a la verdad. Doctrina de la Iglesia sobre la prensa, radio y televisión (1831-1968)*, Madrid: BAC, 1968.
- JARQUE, J. E., «Teología y comunicaciones sociales», en SECRETARIADO NACIONAL DE LA COMISIÓN EPISCOPAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, *La Iglesia ante los medios de comunicación social*, Madrid: Ediciones Paulinas, 1978, 189-225.
- JUAN PABLO II, Carta Apostólica *El rápido desarrollo*, 24-I-2005, (*AAS* 97 [2005] 265-274).
- MARTÍNEZ, F., *Teología de la comunicación*, Madrid: BAC, 1994.
- PÉREZ-LATRE, F. J., *Los nuevos arcópagos: 25 textos de Juan Pablo II en las Jornadas Mundiales de las Comunicaciones Sociales (1979-2003)*, Pamplona: Euns, 2003.
- PÍO XI, Enc. *Vigilanti cura*, *AAS* 28 (1936) 249-269.
- PÍO XII, Enc. *Miranda prorsus*, *AAS* 49 (1957) 765-806.
- PONTIFICIA COMISIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, *Instrucción Pastoral «Communio et Progressio», sobre los medios de comunicación social, preparada por mandato especial del Concilio Vaticano II*, 18 de mayo de 1971, (*AAS* LXIII [1971] 593-656).
- PONTIFICIA COMISIÓN PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, Instrucción pastoral *Aetatis novae*, 22 de febrero de 1992, Madrid: Paulinas, 1992.
- PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *Ética en la publicidad*, Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 1997.
- PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *Ética en las comunicaciones sociales*, Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2000.
- PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *Ética en Internet*, Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2002.
- PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *La Iglesia en Internet*, Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2002.
- ROLFES, H., «Gibt es eine kirchenamtliche Lehre der Sozialen Kommunikation? Ein Rückblick 40 Jahre nach “Inter Mirifica”», *Communicatio Socialis* 37 (2004) 219-244.
- ROSA CHÁVEZ, G., «¿Tiene vigencia aún “Inter Mirifica”?», en CONSEJO EPISCOPAL LATINOAMERICANO, *Teoría y praxis de la Iglesia latinoamericana en comunicaciones sociales*, Bogotá, 1988, 17-32.
- RUSZKOWSKI, A., «Decreto sulle comunicazioni: successo o insuccesso?», en LATOURELLE, R. (a cura di), *Vaticano II. Bilancio e prospettive*, II, Asisi: Cita-della Editrice, 1987, 1524-1549.

- TANNER, N., *The Church and the World. Gaudium et Spes, Inter Mirifica*, New York-Mahwah, NJ: Paulist Press, 2005.
- WHITE, R., «I mass media nel cattolicesimo contemporaneo», en LATOURELLE, R. (a cura di), *Vaticano II. Bilancio e prospettive*, II, Asisi: Citadella Editrice, 1987, 1550-1577.
- WOODROW, A., «The Church and the media: beyond “Inter mirifica”», en IVEREIGH, A. (ed.), *Unfinished Journey. The Church 40 Years after Vatican II*, London-New York: Continuum, 2003, 208-224.

NOTAS

